

ЖУРАВЛЕВА А. А.

ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ МУЗЫКАЛЬНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ: ОТ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ К ИНТРАПЕРСОНАЛЬНОМУ ДИАЛОГУ

В статье исследуются суперпопулярные западные стриминг-сервисы, определяющие сегодня векторы развития музыкального радиовещания. В основу аудиостриминга заложена идея персонального интернет-радио, характерной чертой которого является уход от массовой коммуникации традиционного музыкального радио к интраперсональному диалогу, равному разговору слушателя с самим собой. Автор статьи, подчеркивая бесспорные преимущества персонального интернет-радио, акцентирует внимание на негативных аспектах такого вещания – как для аудитории, так и для дальнейшего развития радиовещания в целом.

Ключевые слова: онлайн-радиовещание, музыкальное интернет-радиовещание, персональное интернет-радио, веб-радио, музыкальный стриминг-сервис, аудиостриминг, массовая коммуникация, интраперсональный диалог, аудитория, медиапотребитель, медиапользователь, медиарынок, зарубежное радиовещание, отечественное радиовещание, новые медиа.

Zhuravleva A. A.

The trajectory of the development of online music broadcasting from mass communication to intrapersonal dialogue

The article investigates the super popular western-streaming services, and the music vectors defining broadcasting development today. The basis of audiostreaming is the idea of a personal internet radio, a characteristic feature which is a departure from the traditional mass media of radio music to intrapersonal dialogue, equal listener's conversation with himself. The author, emphasizing the undeniable advantages of a personal internet radio, focuses on the negative aspects of such broadcasting both for the audience as well as for the further development of broadcasting in general.

Keywords: online broadcasting, music internet broadcasting, personal internet-radio, web-radio, music streaming service.

Сегодня на отечественном и зарубежном медиарынках активно развиваются специальные музыкальные стриминг-сервисы (streaming – потоковое прослушивание). Идейная основа таких сервисов – персонализация, индивидуализация вещания. Крупнейшие, конкурирующие друг с другом западные стриминг-сервисы, – Spotify (<http://www.spotify.com>), Pandora (<http://www.pandora.com>), iTunes Radio (<http://www.apple.com/music/radio/>), Rdio (<http://www.rdio.com>), Google Play Music (<http://music.google.com/>), SoundCloud (<http://soundcloud.com/>) и др. И на этом молодом «потоковом» рынке тоже уже идет процесс слияния и поглощения одних сервисов другими. Например, в 2015 году в интернете появилась информация о том, что Pandora, для того чтобы усилить

свои позиции среди конкурентов, выкупила музыкальный веб-сервис Rdio [1]. Позднее официальный сайт Rdio подтвердил эту информацию (<http://www.rdio.com/farewell/>). Среди отечественных аналогов можно назвать такие стриминг-сервисы, как Яндекс.Музыка (www.music.yandex.ru) и Яндекс.Радио (<https://radio.yandex.ru/>).

Что же предлагает своей аудитории персональное музыкальное интернет-радио? Все, о чем раньше слушатель мог только мечтать, и даже больше! Прежде всего, пользователь может слушать любимую музыку с любых устройств бесплатно, не скачивая ее, 24 часа в сутки. При этом некоторые стриминг-сервисы будут самостоятельно выстраивать для своей аудитории плей-листы, ориентируясь на предпочтения каждого конкретного слушателя.

Популярный шведский музыкальный стриминг-сервис «Спотифай» («Spotify»), открытый в 2008 году, дает возможность бесплатно слушать музыку, а также покупать ее. Каждый пользователь здесь может создать собственный плей-лист, выбирая композиции из огромной музыкальной базы. Через два года после открытия этого ресурса на сайте уже было около 15-ти млн постоянных пользователей и около двух с половиной млн меломанов, пользующихся платными услугами [3]. Музыкальный веб-сервис «Спотифай» работает с ведущими звукозаписывающими компаниями, контролирующими около 70 % мирового музыкального рынка, поэтому ни одна музыкальная эфирная радиостанция не в состоянии конкурировать с таким персональным интернет-радио. Этот шведский музыкальный веб-сервис на сегодняшний день остается недоступным для легального прослушивания в России.

Другой пример – самый популярный западный музыкальный стриминг-сервис – интернет-радио «Pandora» («Пандора»), открытое в 2005 году в США. Его аудитория в 2015 году равнялась 81,5 млн активных ежемесячных пользователей и более 250-и млн зарегистрированных пользователей. Музыкальная библиотека – более 1 млн треков от 100 тысяч музыкантов. Большая часть аудитории (80 %) слушает музыку через мобильные приложения этого сервиса. И эта ежемесячная аудитория больше, чем аудитория YouTube в США. Все эти данные находятся на сайте «Пандоры». Кроме того, ее аудиторию невероятно расширяет доступность стриминг-сервиса и его мобильной версии для разных платформ – Web, Windows, IOS, Windows Phone, BlackBerry. Официально «Пандора» сегодня доступна для пользователей трех стран – Америки, Австралии и Новой Зеландии. Финансовое благополучие таких стриминг-сервисов зависит от рекламы. Большую часть своих доходов «Пандора» получает от размещения рекламы (80 %) и меньшую – за ее отключение для слушателей (20 %). Например, «Спотифай» предлагает пользователю отказаться от рекламы за 9,99 \$ в месяц, а «Пандора» – за 4,99 \$. В настоящее время легально слушать «Пандору» в России пока невозможно.

На примере «Пандоры» мы рассмотрим, как сегодня работает персональное музыкальное интернет-радиовещание. Для каждого пользователя «Пандора» создает, на основе указанных им любимых композиций, персональную радиостанцию «Песни для Вас». А распознать музыкальные предпочтения

пользователя ей позволяет технология «Music Genome Project». Разработчики сервиса поставили перед собой более чем амбициозную задачу – проникнуть в «геном музыки», расшифровать саму формулу музыки. По версии создателей, Music Genome Project – наиболее сложная систематика музыкальной информации, когда-либо и кем-либо собранная [5]. Специально отобранные музыкальные аналитики – обладатели ученой степени по теории музыки и многолетнего композиторского / исполнительского стажа – вели работу по таксономии музыки на протяжении 10-ти лет. Эта команда проанализировала гигантскую музыкальную библиотеку: от музыки прошлого до новых музыкальных композиций нашего времени. Каждая песня, с помощью проекта «генома музыки», исследовалась с использованием до 450-ти различных музыкальных характеристик, позволяющих определить не только родственные музыкальные стилистические отношения композиций, но также и многие важные качества, имеющие отношение к пониманию музыкальных предпочтений слушателей [4]. Разработчики ресурса следят за тем, чтобы библиотека «генной музыки» постоянно обновлялась и пополнялась.

Итак, все композиции, диски, группы, отмеченные пользователем как «понравившиеся» («like»), анализируются проектом «Геном музыки» и после этого слушателю предлагается «идеальная» музыка – радиостанция «Песни для Вас». Отмеченная один раз кнопкой «dislike» песня, группа или альбом больше не появятся в онлайн-эфире слушателя. Чем активнее пользователь выделяет любимые композиции, тем точнее, по утверждению разработчиков, работает технология «Геном музыки», подстраивая радиостанцию «Песни для Вас» под его музыкальные вкусы.

Однако это не все. «Пандора» предоставляет слушателю и богатейший выбор уже «готовых» радиостанций с музыкой самых разных жанров. Личный список радиостанций имеет ограничения: каждому пользователю можно создать не более 100 станций. В любой момент можно переключиться на другое радио из личного списка или выбрать новое из музыкальной библиотеки «Пандоры». Например, пользователь может создать следующие радиостанции: «Классическая музыка», «Рождественская музыка», «Мексиканская музыка», «70-е. Рок», «Фортепианная музыка», «Музыка для всей семьи», «Комедийное радио», «Кулинарное радио» и многие-многие другие.

Форматы выстроены по принципу «русской матрешки». Например, настроив радиостанцию «Праздник», слушатель может погрузиться в любой из ее подформатов: «Рождество»; «Рождество. Классическая музыка»; «Рождество. Хоровая классика»; «Современное Рождество»; «Джаз. Рождество»; «Семейное Рождество»; «Детское Рождество»; «Кельтские праздники»; «Народные праздники»; «Современные христианские праздники» и т. д. Или, зайдя на страничку «Кулинарного радио», добавить в личный список его подформаты: «Званный ужин. Классическая музыка»; «Ужин. Джаз»; «Французская кухня. Музыка»; «Итальянская кухня. Музыка»; «Современные авторы-исполнители» и другие. Один из главных плюсов такой мультимедийности – мобильность перехода из одного формата в другой, равная «одному клику», – та возможность, которую пока не

может предоставить своей аудитории эфирное музыкальное радио. Само же количество форматов ограничено размерами музыкальной библиотеки, которая находится в распоряжении конкретного персонального интернет-радио.

Говоря о бесспорных преимуществах и невероятных возможностях стриминг-сервисов – персонализации вещания, бесплатном и неограниченном доступе к миру музыки, предложении мультимедийного музыкального контента; прорывной технологии («Music Genome Project» – у «Пандоры»; рекомендательная система «Диско» – у «Яндекс.Радио» и т. д.) – эксперименте-интриге, эксперименте-игре с пользователем по систематизации музыки; просвещении и самообразовании; мобильности этого радио; интернациональном характере его аудитории и многом другом, нам бы хотелось обратить внимание на негативные стороны подобного музыкального онлайн-радиовещания. Среди важнейших из них можно выделить следующие:

- 1) ограничение свободы творчества слушателя-пользователя, как при самостоятельном формировании списка радиостанций, так и при создании музыкальными аналитиками и технологией «Геном музыки» персональной радиостанции «Песни для Вас». За него почти все сделано. Во многом, ему отведена роль медиапотребителя контента. Пользователю навязывают роль «аудитории-как-объекта», объекта воздействия, согласно концепции современного западного исследователя Джона Уэбстера, а не «аудитории-как-агента», при которой каждый член аудитории – активный медиапользователь, субъект коммуникативного процесса [2]. Плей-лист, в его традиционном виде, на «Пандоре» отсутствует, пользователь не может самостоятельно выбирать треки, добавлять их в плей-лист и прослушивать повторно понравившиеся композиции. Кроме того, если речь все же идет о персональном радио, у пользователя также нет возможности вести эфир самостоятельно (такие возможности сегодня, например, предоставляют некоторые радиостанции в интернете) для своей аудитории;
- 2) ограничение творческой свободы и фоновый характер персонального интернет-радио рождает пассивное, созерцательное поведение слушателя-пользователя; интернет-радио превращается в личный плеер с функцией «свободные руки». Пользователь, путешествуя по бескрайнему миру музыки, попадает в зависимость от виртуальной музыкальной реальности;
- 3) персональное музыкальное интернет-радио гасит интерес слушателя к традиционному радиодialogу, предлагая взамен массовой коммуникации эфирного музыкального радио интраперсональный диалог – внутренний монолог или разговор слушателя с самим собой. Такое радио перестает восприниматься слушателем в его традиционном виде и, собственно, перестает им быть, так как радио – это, прежде всего, *собеседник* слушателя. Персональное радио уводит слушателя от общества, еще больше развивая в человеке индивидуализм и погружая его в самосозерцание;
- 4) внешняя коммуникация между слушателями тех или иных личных радиостанций недостаточна развита и возможна на сайте персонального интернет-радио только в письменном виде;

5) отсутствие ведущих (ди-джеев) и журналистов как неотъемлемых участников работы музыкального радио;

6) и последнее: ни одна технология, ни один гениальный музыкальный аналитик никогда не сможет определить, какую музыку каждый из нас захочет слушать сегодня или будет любить завтра. Никто не знает этого лучше самого слушателя. Данное заявление сделано автором статьи на основе собственного многомесячного опыта прослушивания интернет-радио «Пандора». Во многом, технология «генома музыки» – это талантливая игра со слушателем, с тем, чтобы привлечь его на ресурс и затем удержать его, не позволив ему уйти.

Однако молодые слушатели, начавшие свое знакомство с радио, например, с такого «персонального варианта», вряд ли вообще будут нуждаться в ведущих, в утренних ток-шоу, в авторских радиопрограммах или в прослушивании новостных выпусков. Пока индивидуальное музыкальное веб-радио не предусматривает общения слушателя в онлайн-эфире с ведущим или гостем. Первичен и непрерывен здесь музыкальный контент. Персональное радио демонстрирует смену вида коммуникации: место массового диалога традиционного музыкального радио занял интраперсональный диалог, внутренний монолог слушателя. Такое радио перестает выполнять одну из своих важнейших функций – функцию общения, перестает быть собеседником, другом; оно трансформируется в средство интраперсональной коммуникации.

Однако сегодня на медиарынке уже появляются и другие идейные подходы к аудиостримингу. Открывшийся летом 2015 года веб-сервис «Apple Music», в каталоге которого находится 30 млн музыкальных композиций, уже пытается объединить на одном ресурсе и музыкальный контент, и традиционный радиодиалог, предлагая новые эксклюзивные предложения для аудитории: 1) запуск Радио Beats 1, где ведущие эфира – звездные ди-джеи, а ведущие авторских программ – знаменитые музыканты; 2) площадка задумана как место встречи и общения артистов и слушателей (<http://www.apple.com/ru/music/connect/>).

Новая музыкальная онлайн-радиореальность – это активно развивающийся потоковый музыкальный сервис, аудиостриминг, который сегодня определяет главные векторы развития всего музыкального радиовещания. Ярчайший пример такого влияния – запуск в 2015 году в России «радио будущего» – «Like FM» (Слоган радиостанции: «Слушай, что нравится!»). На вооружение российскими разработчиками взята генеральная идея западных стриминг-сервисов: главное – музыкальные предпочтения слушателя, которые с легкостью могут видоизменяться и трансформироваться. И с такой же легкостью должно меняться и традиционное музыкальное радио, чтобы выжить в этом новом мире – виртуальной музыкальной Вселенной.

ЛИТЕРАТУРА

1. Интернет-радио Pandora покупает стриминг-сервис Rdio в надежде составить конкуренцию крупным игрокам [Электронный ресурс]. URL: <http://megamozg.ru/post/21336/> (дата обращения: 20.12.2015).

2. Краснаярова О. В. Этапы развития массовой коммуникации и изменения статуса аудитории [Электронный ресурс]. URL: [file:///C:/Users/Poviliun/Downloads/Stages %20of %20development %20of %20mass %20communication %20and %20changings %20of %20audience.pdf](file:///C:/Users/Poviliun/Downloads/Stages%20of%20development%20of%20mass%20communication%20and%20changings%20of%20audience.pdf) (дата обращения: 28.02.2016.)
3. Спотифай [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lastfm.ru/music/Spotify/> (дата обращения: 28.02.2016.)
4. About Pandora [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pandora.com/about/mgp> (дата обращения: 25.01.2016).
5. About The Music Genome Project [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pandora.com/about> (дата обращения: 25.01.2016).